



Perfiles de Competencias  
Europeos en Profesiones  
relacionadas con Internet

# Responsable de Marketing Online

*e-Jobs-Observatory.eu*



## Responsable de Marketing Online

### 1. Descripción de funciones

Título del perfil	Responsable marketing online	
También conocido como	Web Marketer	
Resumen	El responsable de marketing online está encargado del marketing interactivo.	
Misión	Contribuir al éxito de la empresa, es decir, visibilidad, tráfico y/o ventas, a través de través del sitio web, aplicación web o campaña web.	
Responsabilidad	Definir y encargarse de la promoción de un sitio web o aplicación web, o dirigir una campaña web con el objetivo de hacer que sea un éxito, bien sea desde el punto de vista comercial, social o algún otro.	
Entregables	Responsable	Contribuidor
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Campañas de marketing.</li><li>• Informes y análisis de marketing.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan / estrategia de marketing.</li></ul>
Función / Funciones principal / es	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión de las campañas web - planificación y ejecución de las campañas de marketing online.</li><li>• Estrategias de conversión, por ejemplo, convertir el número de páginas vistas (<i>pageviews</i>) en ingresos.</li><li>• Optimizar el posicionamiento en buscadores - lograr los mejores resultados posibles en los motores de búsqueda.</li><li>• Análisis web - preparación de informes detallados sobre el buen o mal funcionamiento de las campañas.</li><li>• Análisis de los datos de marketing.</li></ul>	
Entorno	Normalmente trabaja con otros profesionales de marketing y su superior es un Coordinador de Marketing.	
KPIs	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de nuevos visitantes.</li><li>• Páginas vistas / visitante.</li><li>• Porcentaje de regreso de antiguos visitantes.</li><li>• Valor medio de los pedidos.</li><li>• Porcentaje de rebote</li><li>• Índice de cancelaciones.</li><li>• Número de pedidos por cliente y año.</li></ul>	





## 2.2 Perfil detallado

### A. PLANIFICAR

#### A.1. Alineación entre estrategia de negocios - estrategia TI

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online conoce los requisitos empresariales a largo plazo y tiene la capacidad de aportar datos a la alta dirección sobre el desarrollo del modelo de Sistema de Información desde el punto de vista del marketing web. Es capaz de informar a la alta dirección sobre posibles incoherencias en la implementación de la política estratégica de marketing web de la empresa.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Conoce los requisitos a largo plazo y es capaz de aportar datos a la alta dirección sobre decisiones relativas al marketing web. Es capaz de informar a la alta dirección sobre posibles incoherencias.
	Nivel 3	
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional	

#### A.3. Desarrollo del Plan de Negocio

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online es responsable del diseño y estructura de un plan de marketing web (componente básico del plan de negocio). Es capaz de analizar el entorno y garantiza la aplicación estratégica de la tecnología a favor del negocio mediante la implementación de procesos y arquitecturas de la información. Comunica y vende este plan de marketing online a las posibles partes interesadas.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Emplea sus conocimientos especializados para proporcionar un adecuado análisis del mercado.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	✓ M01: Con conocimientos de los principios de gestión de proyectos ✓ M02: Con conocimientos de las prácticas y aspectos relacionados con estimaciones/ presupuestos ✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)	

#### A.4. Programación de productos / proyectos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Al analizar y definir tanto el estado objetivo como el actual de una campaña de marketing web, el responsable de marketing online trabaja sistemáticamente en la estimación de la rentabilidad y el diseño de las plantillas de decisiones. Lleva un diario del proyecto y hace uso de conocimientos especializados a la hora de desarrollar las especificaciones para crear y tener al día documentos complejos y estándar del proyecto de marketing web (por ejemplo: planes estructurales, plazos, descripciones de los objetivos).	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Trabaja de manera sistemática para documentar elementos simples y estándar del proyecto.
	Nivel 3	Emplea sus conocimientos especializados en el desarrollo de especificaciones para crear y tener al día documentos complejos del proyecto.



	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ B04: Se centra en el cliente</li> <li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li> <li>✓ M04: Con conocimientos de marketing</li> </ul>	

#### A.6. Diseño de aplicaciones

<b>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</b>	En el proceso de especificación y planificación del plan de marketing web, el responsable de marketing online organiza la planificación global del plan teniendo en cuenta la política TIC y las necesidades de los clientes / usuarios. Estima el coste del desarrollo, instalación, implementación y mantenimiento del plan, y elige las opciones técnicas para su creación. Valida los modelos con usuarios representativos y garantiza que el plan está correctamente integrado dentro de un entorno complejo.	
<b>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</b>	Nivel 1	
	Nivel 2	Organiza la planificación global del diseño de la aplicación.
	Nivel 3	Responde de sus propias acciones y de las de otros a la hora de garantizar que la aplicación está correctamente integrada dentro de un entorno complejo.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T02: Con conocimientos de los requisitos de usabilidad online</li> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ B01: Es creativo e imaginativo</li> <li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li> <li>✓ M01: Con conocimientos de los principios de gestión de proyectos</li> </ul>	

#### A.7. Análisis de la tecnología y el mercado

<b>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</b>	El responsable de marketing online conoce las mejoras tecnológicas y las tendencias de mercado en su ámbito de competencia y es capaz de integrarlas en la especificación del plan de marketing. Así, aporta un valor añadido al avanzar en la adopción de mejoras en la efectividad del proceso de ventas, la calidad de la productividad o la competitividad del sitio o aplicación web. Es capaz de identificar las conexiones existentes entre las tecnologías emergentes y los requisitos del mercado según la estrategia de negocio a largo plazo.	
<b>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</b>	Nivel 1	
	Nivel 2	Conoce las mejoras tecnológicas que se producen en su ámbito de competencia y es capaz de integrarlas, en caso de ser necesario, en su producción de acuerdo con las especificaciones.
	Nivel 3	Busca de forma activa nuevas mejoras tecnológicas que afecten a su ámbito de competencia. Puede identificar las conexiones existentes entre las tecnologías emergentes y los requisitos empresariales de acuerdo con la estrategia a largo plazo.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ B04: Se centra en el cliente</li> <li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li> <li>✓ B12: Capaz de explicar (defender, razonar, justificar)</li> <li>✓ M03: Con conocimientos de cuestiones legales, medioambientales, laborales y relativas a las normas</li> <li>✓ M04: Con conocimientos de marketing</li> </ul>	



## B. CREAR

### B.1. Diseño y desarrollo

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online trabaja de manera sistemática y creativa para desarrollar, diseñar, organizar e integrar los módulos y componentes de marketing online en un sitio o aplicación web. Siempre tiene en cuenta las especificaciones establecidas y hace pruebas con unidades individuales y el sistema global para garantizar que se cumplen todos los criterios funcionales y de rendimiento. Desarrolla procedimientos y arquitecturas estándar para abordar la complejidad. Puede crear elementos multimedia.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Desarrolla de manera sistemática pequeños componentes o módulos.
	Nivel 3	Trabaja de manera creativa para desarrollar e integrar componentes en un producto de mayores dimensiones.
	Nivel 4	Aborda la complejidad desarrollando para ello procedimientos y arquitecturas estándar que ayuden en el desarrollo coherente del producto.
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T01: Con conocimientos de las normas de uso de „netiqueta”, entornos virtuales interactivos y redes sociales</li> <li>✓ T02: Con conocimientos de los requisitos de usabilidad online</li> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ T05: Capaz de preparar textos de manera clara, concisa y correcta, observando las normas gramaticales y ortográficas</li> <li>✓ B01: Es creativo e imaginativo</li> <li>✓ B03: Es una persona metódica y detallista</li> <li>✓ B04: Se centra en el cliente</li> <li>✓ B06: Con buenas habilidades interpersonales</li> <li>✓ B08: Se expresa y comunica sin problemas (también en lenguas extranjeras, si fuera útil)</li> <li>✓ B09: Capaz de trabajar en equipo</li> <li>✓ B10: Capaz de buscar, organizar y sintetizar información</li> <li>✓ B12: Capaz de explicar (defender, razonar, justificar)</li> <li>✓ M04: Con conocimientos de marketing</li> </ul>	

### B.2. Integración de sistemas

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online instala los módulos de marketing web en un sistema ya existente o propuesto. A fin de garantizar la interoperabilidad e integridad de la funcionalidad de todo el sistema, así como su fiabilidad, cumple los procesos y procedimientos establecidos. Además, tiene en cuenta las especificaciones, capacidad y compatibilidad de los módulos nuevos y los ya existentes.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Responde de sus propias acciones y de las de otros en el proceso de integración. Cumple las normas y los procedimientos de control de cambios pertinentes para preservar la integridad de la funcionalidad y fiabilidad del sistema en su conjunto.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ M03: Con conocimientos de cuestiones legales, medioambientales, laborales y relativas a las normas</li> </ul>	



### B.3. Pruebas

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Tiene conocimientos especializados para organizar programas de prueba complejos dirigidos a requisitos de usabilidad en lo que a clientes se refiere y módulos de marketing web. Estas pruebas garantizan que se cumplan todas las normas internacionales, nacionales, internas y externas, y que el funcionamiento de los componentes nuevos o revisados se ajuste a lo esperado. Documenta y prepara informes sobre las pruebas y resultados, aportando así una importante fuente de datos para todas las personas implicadas -por ejemplo, diseñadores, usuarios y personal de mantenimiento-, y justificando los requisitos de certificación.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Organiza programas de prueba y crea <i>scripts</i> para realizar pruebas de resistencia ( <i>stress tests</i> ) relativas a las vulnerabilidades probables. Registra y prepara informes sobre los resultados, facilitando un análisis de los mismos.
	Nivel 3	Emplea sus conocimientos especializados para supervisar programas de prueba complejos. Se asegura de que las pruebas y los resultados queden documentados para aportar una fuente de datos a los posteriores propietarios del proceso, por ejemplo, diseñadores, usuarios y personal de mantenimiento. Es responsable de cumplir los procedimientos de prueba, incluido un seguimiento de control documentado.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li> <li>✓ B03: Es una persona metódica y detallista</li> </ul>	

### B.4. Elaboración de documentos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Crea soluciones y se comunica con el cliente. Su ámbito de acción incluye la configuración (es decir, instalación, actualización y desinstalación) de software para garantizar la interoperabilidad de los componentes del sistema. Sigue unas normas generales de práctica ya definidas. Crea o elimina elementos de marketing web en un entorno complejo. Identifica los componentes de bajo rendimiento y determina la causa raíz del fallo dentro de la solución general. Ofrece una solución totalmente operativa al usuario. Completa la documentación registrando toda la información que sea de relevancia, entre otros, datos relativos al funcionamiento y la configuración. Ayuda a compañeros con menos experiencia y asesora sobre cómo alinear los procesos y procedimientos de trabajo con las actualizaciones de software. Sin embargo, si es necesario, también recurre a recursos especializados.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Trabaja de manera sistemática para crear o eliminar elementos de marketing web en un entorno complejo. Identifica los componentes de bajo rendimiento y determina la causa raíz del fallo dentro de la solución general. Ayuda a compañeros con menos experiencia.
	Nivel 3	Responde de sus propias acciones y de las de otros en las actividades de provisión de soluciones, incluida una buena comunicación con el cliente. Emplea sus conocimientos especializados para influir en la creación de soluciones. Asesora sobre cómo alinear los procesos y procedimientos de trabajo con las actualizaciones de software.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T01: Con conocimientos de las normas de uso de „netiqueta”, entornos virtuales interactivos y redes sociales</li> <li>✓ T02: Con conocimientos de los requisitos de usabilidad online</li> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ M04: Con conocimientos de marketing</li> </ul>	



## B.5. Elaboración de documentos técnicos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Se basa en información facilitada por los autores técnicos para organizar la producción de diferentes documentos teniendo en cuenta los requisitos del proyecto o aplicación. Prepara su presentación eligiendo el estilo y los medios adecuados, y describiendo las diferentes funciones y características. El responsable de marketing online también es responsable del sistema de gestión de documentos así como de la actualización y validación de la documentación existente relativa al marketing web.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Organiza la elaboración de documentos a partir de los datos facilitados por los autores técnicos.
	Nivel 3	
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ B03: Es una persona metódica y detallista</li><li>✓ T05: Capaz de preparar textos de manera clara, concisa y correcta, observando las normas gramaticales y ortográficas</li><li>✓ B10: Capaz de buscar, organizar y sintetizar información</li></ul>	

## C. DIRIGI

### C.3. Prestación de servicios

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online trabaja de manera sistemática para analizar los datos de funcionamiento y comunica las conclusiones de ese análisis a sus superiores. Trabaja con herramientas de control y gestión, como <i>scripts</i> y subrutinas. Actualiza la biblioteca de documentos operativos y registra todos los eventos operativos. Se asegura de que haya una infraestructura y aplicación de marketing web segura y estable derivando a niveles superiores posibles fallos en los niveles de servicio y recomendando acciones para mejorar el servicio.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Trabaja de manera sistemática para analizar los datos de funcionamiento y comunicar las conclusiones a las que llegue a sus superiores. Deriva a niveles superiores los posibles fallos en los niveles de servicio y recomienda acciones para mejorar el servicio.
	Nivel 3	
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ B03: Es una persona metódica y detallista</li><li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li><li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li></ul>	

### C.4. Gestión de incidencias

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Tiene conocimientos especializados relacionados con el marketing y entiende la infraestructura de IT y el proceso de gestión de incidencias. Es capaz de identificar rápidamente los fallos y la causa raíz de las incidencias dentro de la campaña o estrategia de marketing web, resolviendo dichos problemas (por ejemplo: reparando, sustituyendo o reconfigurando) con un tiempo de parada mínimo y evitando que vuelvan a producirse documentando dichos problemas para su análisis futuro.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	





	Nivel 3	Usa sus conocimientos especializados relacionados con el marketing y su profundo conocimiento de la infraestructura de IT y el proceso de gestión de incidencias para identificar fallos y resolverlos con un tiempo de parada mínimo. Toma decisiones bien fundamentadas en entornos con mucha tensión para elegir la acción adecuada para minimizar el impacto en el negocio. Identifica rápidamente componentes defectuosos y elige opciones como reparaciones, sustituciones o reconfiguraciones.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	✓ B03: Es una persona metódica y detallista ✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)	

## D. FACILITAR

### D.4. Adquisiciones

<b>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</b>	Se asegura de que el procedimiento de contratación sea coherente y contribuya al impacto en el mercado de la organización. Esto significa que es responsable de los requisitos de las especificaciones, la identificación de proveedores, el análisis de propuestas, la negociación de contratos, la elección de proveedores y la adjudicación de contratos. Evalúa el rendimiento, coste, diligencia y calidad de los diferentes proveedores, productos y servicios para luego elegir los mejores. [Nota: compra espacio, enlaces, visibilidad, etc.]	
<b>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</b>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Usa sus conocimientos especializados para implementar el proceso de compra, asegurándose de que las relaciones comerciales con los proveedores sean buenas. Elige los proveedores, productos y servicios evaluando su rendimiento, coste, diligencia y calidad. Toma decisiones sobre la adjudicación de contratos y cumple las políticas organizativas.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: Knowledge and</b>	✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online	

### D.5. Desarrollo de propuestas de ventas

<b>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</b>	El responsable de marketing online es responsable de la capacidad que tiene la organización para cumplir los compromisos adquiridos en esta área y del desarrollo de propuestas de ventas para cubrir los requisitos de soluciones de los clientes. Integra dichas soluciones en un entorno técnico complejo y garantiza su viabilidad y validez técnica.	
<b>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</b>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Trabaja de forma creativa para desarrollar propuestas de ventas que implican una solución compleja. Puede participar en la personalización de las soluciones en un entorno técnico complejo y se asegura de que la oferta al cliente sea viable y válida.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online	



## D.6. Gestión de canales

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online desarrolla la estrategia para gestionar los puntos de venta online. Se asegura de que el rendimiento comercial de los canales de ventas online sea óptimo, facilitando una estrategia de marketing y de negocio coherente. Define los objetivos en lo que a volumen, cobertura geográfica y rama industrial se refiere para compromisos de ventas online y estructura programas de incentivo para alcanzar resultados de ventas favorables.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Trabaja de forma creativa para influir en la creación de una red de ventas online. Gestiona la identificación y evaluación de posibles canales de ventas online y establece unos procedimientos de apoyo. Gestiona los canales de ventas online para maximizar el rendimiento empresarial.
	Nivel 4	Utiliza sus diversas habilidades en marketing y ventas para crear la estrategia de canales de ventas online de la organización. Establece los procesos con los que se gestionarán los canales de ventas online para maximizar el rendimiento empresarial.
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T01: Con conocimientos de las normas de uso de „netiqueta”, entornos virtuales interactivos y redes sociales</li> <li>✓ T02: Con conocimientos de los requisitos de usabilidad online</li> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ T05: Can draft texts, clearly and concisely, with due regard for orthography and grammar</li> <li>✓ B01: Es creativo e imaginativo</li> <li>✓ B02: Es una persona ética</li> <li>✓ B03: Es una persona metódica y detallista</li> <li>✓ B04: Se centra en el cliente</li> <li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li> <li>✓ B08: Se expresa y comunica sin problemas (también en lenguas extranjeras, si fuera útil)</li> <li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li> <li>✓ M01: Con conocimientos de los principios de gestión de proyectos</li> <li>✓ M02: Con conocimientos de las prácticas y aspectos relacionados con estimaciones/ presupuestos</li> <li>✓ M03: Con conocimientos de cuestiones legales, medioambientales, laborales y relativas a las normas</li> <li>✓ M04: Con conocimientos de marketing</li> </ul>	

## D.7. Gestión de ventas

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Promueve el logro de resultados de ventas a través del establecimiento de una estrategia de ventas. Prueba el valor añadido de los productos y servicios de la organización a clientes nuevos, existentes o potenciales. Establece un procedimiento de apoyo a las ventas proporcionando para ello una respuesta eficiente a las consultas relativas a las ventas, teniendo en cuenta la política y estrategia de la empresa. Trabaja en estrecha colaboración con el equipo de ventas para definir y cumplir la estrategia de ventas, lo que implica un conocimiento de las necesidades del cliente, realización de previsiones, evaluación de perspectivas, tácticas de negociación y cierre de ventas.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	



	Nivel 3	Contribuye al proceso de ventas presentando los productos o servicios a los clientes de manera efectiva.
	Nivel 4	Evalúa y estima las estrategias de ventas apropiadas para lograr resultados empresariales. Decide y define los objetivos de ventas anuales y ajusta los incentivos a cumplir de acuerdo a las condiciones del mercado.
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online	

#### D.8. Gestión de contratos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El rendimiento de los canales de marketing online y un contacto regular con el proveedor forman parte de su ámbito de responsabilidad. Ofrece y negocia un contrato conforme a los procesos organizativos y se asegura de su cumplimiento (por ejemplo: normas de calidad, plazos de entrega). También mantiene la integridad del presupuesto y comprueba que el proveedor observe las normas legales y aquellas en materia de seguridad y salud.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Evalúa el rendimiento de los contratos de los proveedores haciendo un seguimiento de los indicadores de desempeño. Garantiza el rendimiento de todos los canales de marketing online. Influye en los términos y condiciones de la renovación de contratos.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	✓ M03: Con conocimientos de cuestiones legales, medioambientales, laborales y relativas a las normas	

### E. GESTIONAR

#### E.1. Desarrollo de previsiones

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Utiliza datos de mercado (por ejemplo: necesidades de mercado, aceptación de productos/servicios) y evalúa la capacidad de venta y producción de la organización para hacer predicciones a corto y medio plazo. Aplica unos parámetros relevantes para apoyar a los diferentes departamentos (por ejemplo: producción, marketing, ventas y distribución) en el proceso de toma de decisiones	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Emplea sus habilidades para ofrecer predicciones a corto y medio plazo, utilizando para ello datos de mercado y evaluando la capacidad de venta de la organización.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<b>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</b>	✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online ✓ B10: Capaz de buscar, organizar y sintetizar información ✓ M04: Con conocimientos de marketing	



## E.2. Gestión de proyectos y carteras

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Conoce y aplica los principios de gestión de proyectos, lo que significa que define actividades, responsabilidades, objetivos críticos, recursos, necesidades de capacitación, interfaces y presupuestos. Es capaz de aplicar metodologías, herramientas y procesos, y de cubrir las necesidades de negocio identificadas, implementando para ello procesos nuevos, internos o externos definidos. Toma decisiones, da instrucciones y es el responsable de un equipo (es decir, de las relaciones que existan dentro de ese equipo y de los objetivos del mismo). A veces es el responsable general de un proyecto de marketing online (es decir, del resultado, los aspectos financieros, la gestión de recursos y gestión del tiempo). También crea y lleva al día documentos para facilitar el seguimiento del progreso del proyecto.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Conoce y aplica los principios de gestión de proyectos, y aplica metodologías, herramientas y procesos para gestionar proyectos sencillos.
	Nivel 3	Responde de sus propias acciones y de las de otros, trabajando dentro de los límites del proyecto, tomando decisiones y dando instrucciones; gestiona y supervisa las relaciones existentes dentro del equipo; programa y establece objetivos y resultados para el equipo y documenta los resultados.
	Nivel 4	Utiliza sus diversas habilidades en materia de gestión de proyectos para trabajar más allá de los límites del proyecto; gestiona programas o proyectos complejos, interactuando con otros; influye en la estrategia de proyectos proponiendo soluciones nuevas o alternativas; asume la responsabilidad global de los resultados del proyecto, incluida la gestión de recursos y la financiera; está autorizado para revisar las reglas y elegir estándares.
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ M01: Con conocimientos de los principios de gestión de proyectos</li> <li>✓ M02: Con conocimientos de las prácticas y aspectos relacionados con estimaciones/ presupuestos</li> <li>✓ M05: Capaz de liderar un equipo</li> </ul>	

## E.3. Gestión de riesgos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Implementa la gestión de riesgos en el marketing online y la aplicación del procedimiento y política de gestión de riesgos definidos en la organización. Conoce y aplica los principios de gestión de riesgos (es decir, evalúa el riesgo, documenta posibles riesgos y planes de contención), y es capaz de buscar y estudiar soluciones para mitigar los riesgos identificados. Evalúa, gestiona y garantiza la validación de excepciones y examina el entorno y los procesos de marketing online.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	Conoce y aplica los principios de gestión de riesgos y busca y estudia soluciones TIC para mitigar los riesgos identificados.
	Nivel 3	Decide qué acciones deben adoptarse para adaptar la seguridad y abordar la exposición al riesgo. Evalúa, gestiona y garantiza la validación de excepciones y examina el entorno y los procesos de marketing online.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li> <li>✓ M01: Con conocimientos de los principios de gestión de proyectos</li> </ul>	



#### E.4. Gestión de relaciones

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	Es responsable de que exista una buena relación de negocio entre el cliente y el proveedor interno o externo, implementando y cumpliendo los procesos organizativos. Mantiene un contacto regular con estas partes y está familiarizado con su entorno. Se asegura de que todas las necesidades, preocupaciones y quejas de clientes, socios y proveedores sean escuchadas y atendidas de acuerdo con la política organizativa. Responde de sus propias acciones y de las de otros en la gestión de una base de clientes limitada.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Responde de sus propias acciones y de las de otros en la gestión de una base de clientes limitada.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ T01: Con conocimientos de las normas de uso de "netiqueta", entornos virtuales interactivos y redes sociales</li> <li>✓ T02b: Con conocimiento sobre gestión de e-Reputación</li> <li>✓ T03: Capaz de promover y vender productos o servicios online</li> <li>✓ B02: Es una persona ética</li> <li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li> <li>✓ B06: Con buenas habilidades interpersonales</li> <li>✓ B07: Has presentation/moderation skills</li> <li>✓ B09: Capaz de trabajar en equipo</li> </ul>	

#### E.5. Mejora de procesos

<i>Dimensión 2: competencias TIC: nombre + descripción general</i>	El responsable de marketing online estudia y realiza evaluaciones comparativas de las soluciones y procesos de marketing online existentes con objeto de definir posibles innovaciones. Evalúa, diseña e implementa cambios en el proceso o la tecnología para alcanzar un beneficio comercial medible. Mide la efectividad de los procesos de marketing online existentes y hace recomendaciones fundamentadas.	
<i>Dimensión 3: niveles de conocimiento de las competencias TIC</i>	Nivel 1	
	Nivel 2	
	Nivel 3	Emplea sus conocimientos especializados para buscar y analizar soluciones y procesos de las TIC con objeto de definir posibles innovaciones. Hace recomendaciones basadas en unos argumentos fundados.
	Nivel 4	
	Nivel 5	
<i>Dimensión 4: conocimientos y habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ B04: Se centra en el cliente</li> <li>✓ B05: Comprometido con la estrategia corporativa y conocedor de la cultura organizacional</li> <li>✓ B11: Con capacidad de análisis (valorar, evaluar, analizar)</li> </ul>	



Mayo de 2012

***El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva del autor y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí contenida.***

